ما تأثير استخدام «غوغل» محتوى الناشرين في تدريب الذكاء الاصطناعي؟



شعار غوغل (أ. ف. ب.)

القاهرة: إيمان مبروك

نُشر: 17:30-18 مايو 2025 م . 21 ذو القِعدة 1446 هـ

ذكرت وثائق محكمة أميركية منوطة بالنظر في قضية احتكار «غوغل» لسوق البحث بالولايات المتحدة، في مايو (أيار) الحالي، أن الشركة رفضت منح الناشرين خيار عدم استخدام بياناتهم في تدريب نماذج الذكاء الاصطناعي، مع الاستمرار في الظهور بنتائج البحث.

بل عدّت «غوغل» أن السماح للناشرين بالتحكم في استخدام بياناتهم قد يعيق جهودها في تحقيق الأرباح، ليصبح الناشرين أمام خيارين؛ إما إتاحة بياناتهم لتدريب روبوتات الذكاء الاصطناعي، أو الاختفاء من محركات البحث، ما دفع إلى تساؤلات عن تأثير استخدام «غوغل» محتوى الناشرين.

مدير السياسات العامة العالمية واستراتيجية المنصات في «فايننشيال تايمز»، مات روجرسون، قال إن «خيار (غوغل) يعني أن ينسحب الناشر بالكامل من عمليات البحث، أو أن يسمح باستخدام محتواه من دون تعويض»، وأشار إلى أن هذا الاتجاه يضر بالسوق التي يجب أن تعتمد على محتوى عالي الجودة لتدريب نماذج الذكاء الاصطناعي المستقبلية.

الدكتور السر علي سعد، الأستاذ المشارك في تخصّص الإعلام الجديد بجامعة أم القيوين في الإمارات العربية المتحدة، أوضح لـ«الشرق الأوسط»، أن «سياسة (غوغل) تُعمق الشكوك لدى الناشرين بأن الشركة تستغل هيمنتها على البحث لفرض شروط أحادية الجانب، ما يُضعف الشراكة التاريخية بين الطرفين». وأضاف أن «العلاقة تحولت من تعاون إلى صراع بدلاً من تبادل المنفعة، التي تضمن حرية الظهور في البحث مقابل المحتوى، لكن العلاقة بسياسة (غوغل) الجديدة أصبحت غير متوازنة، حيث تتحكم الشركة في الشروط دون تفاوض حقيقي».

وحذر سعد من تبعات هذا الاتجاه، قائلاً: «بعض الناشرين قد يقللون استثماراتهم في محتوى عميق، أو تحقيقات مكلفة إذا لم يُعوضوا عن استخدامه في تدريب الذكاء الاصطناعي، مما قد يُضعف التنوع الإعلامي».

وعن الخيارات المتاحة أمام الناشرين لدرء الخسائر، قال سعد إن «ثمة خيارات قانونية أمام الناشرين، تشمل رفع دعاوى قضائية بالاستناد إلى قوانين الملكية الفكرية (مثل DMCA في الولايات المتحدة أو تشريعات الاتحاد الأوروبي مثل DSM Directive)... وكذلك، الضغط التشريعي من خلال التحالف مع جهات حكومية لسن قوانين تُلزم (غوغل) بالتعويض، كما حدث في أستراليا وكندا». وأشار إلى خيارات تقنية من شأنها أن تعزز موقف الناشرين، شارحاً أنه يمكن للناشرين «حظر زحف الذكاء الاصطناعي عبر ملف (robots.txt)، ولكن (غوغل) قد تتجاهله أو تُعاقب الموقع بتخفيض ترتيبه. أيضاً يمكن الاعتماد على نماذج الاشتراك، لتقليل الاعتماد على الإعلانات عبر البحث والتحول لتمويل مباشر من الجمهور».

من جهة ثانية، كان قاضٍ أميركي قد أصدر في أغسطس (آب) الماضي، حكماً جاء فيه، أن «(غوغل) تحتكر البحث بشكل غير قانوني». كذلك أطلقت «هيئة المنافسة والأسواق البريطانية» (CMA) تحقيقاً مستقلاً في هيمنة «غوغل» على سوق البحث.

ومع أن «غوغل» توفر أداة تُدعى «Google-Extended» تتيح للناشرين منع روبوتات الذكاء الاصطناعي مثل «جيميناي» و«فيرتيكس» من استخدام محتواهم من دون إذن، فإن هذه الأداة لا تمنع استخدام المحتوى في ملخصات الذكاء الاصطناعي التي تظهر في نتائج البحث. وعليه، ولمنع ذلك، يتوجب على الناشرين حظر «غوغل بوت» بالكامل، ما يعني أنهم لن يظهروا في نتائج البحث على الإطلاق، بحسب مراقبين.

وحول هذه النقطة قال مستشار الإعلام الرقمي والمحاضر بالجامعة الأميركية في القاهرة، فادي رمزي، إن الأزمة بين «غوغل» والناشرين تعود في جوهرها إلى نموذج الهيمنة والاحتكار، الذي يمنح عملاق التكنولوجيا القدرة على فرض ضغوط على صناع المحتوى. وتابع رمزي لـ«الشرق الأوسط»، أن «الخيارات أمام الناشرين شديدة التقييد، لأن الواقع يؤكد أن اليد العليا لـ(غوغل)». وعدّ إصدار تشريعات ملزمة بات ضرورة قانونية، مشدداً على أن الناشرين، أفراداً أو مؤسسات، لا يمكنهم بمفردهم الوقوف في وجه «غوغل».

مواضيع

الإعلام

أميركا